

SNS 利用における青年の対人関係特性¹⁾

—Twitter と LINE 利用時の行動に注目した検討—

高 橋 尚 也 (立正大学心理学部)

伊 藤 綾 花 (インフォニア株式会社)

Interpersonal characteristics of adolescents in SNS use

—Study focused on the behavior when using Twitter and LINE—

Naoya TAKAHASHI (*Faculty of Psychology, Rissho University*)

Ayaka ITO (*infoNear Inc.*)

Abstract

The questionnaire survey was performed on 101 adolescents for the purpose of analyzing the behavioral structure when using Twitter and LINE (chat function of Japanese cell phone) and the relationship between these behaviors and personality traits or awareness in using internet. The utilization behaviors or the usage patterns of SNS had been studied and 5 common factors were extracted from the response: active general use, self-appeal, sensitive readiness (obsessed reaction), through-skill and concerns on expression. In addition, as a result of cluster analysis based on those utilization behavior scales, three types were extracted. It was found out that the “heavy net-user group” had higher internet addition, high engagement rate and tended to virtualize the reality implying the imbalanced reality and internet. They showed a high emotional instability. “Relationship consideration group”, in both Twitter and LINE, had higher concerns on expressions and through skills. “Social obligation registration group” had lower scores on the behavioral indicator than other cluster groups. Based on these findings, interpersonal relationship characteristic of adolescents in SNS use was discussed.

Key words : Social Networking System, cluster analysis, Big Five, utilization behavior of SNS

問 題

1. 大学生の SNS 利用の現状

SNS (Social Networking System) とは、登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービス (総務省, 2013) とされ、近年様々なサービスが提供されている。総務省によって2015年に公表された、「平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」では、ソーシャルメディアの利用率を調査している (総務省情報通信政策研究所, 2015)。その結果、利用率の高いメディアは、Youtube65.1%、LINE55.1%、Facebook28.1%、Twitter21.9%の順となっていた。また、同調査では、年代および経年性にソーシャルメディアの利用率を整理しており、大学生が属する10代における平成24年から26年にかけての利用率を見ると、LINE は38.8%、70.5%、77.9%、Facebook は19.4%、22.3%、25.0%、Twitter は26.6%、39.6%、49.3%であった。また、20代における平成24年から26年にかけての利用率を見ると、LINE が48.9%、

80.3%、90.5%、Facebook が44.4%、57.0%、61.1%、Twitter が37.3%、47.1%、53.8%であった。このように、大学生の多くが属する10代から20代にかけては、LINE の利用が最も多く、これに Twitter や Facebook が続いていることが伺える。このうち、Facebook は10代での利用率が低い特徴がみられる。そこで、本研究では、大学生の多くが特に利用すると考えられる LINE と Twitter に注目し、それらの利用時の行動を検討していく。

SNS については、便利なサービスである反面、さまざまなトラブルも報告されている。総務省 (2015) によれば、書き込みやメールでの誹謗中傷やいじめ、個人情報流出、誘い出しによる性的被害や暴力行為、ソーシャル・ゲームの中毒性などのトラブル事例が報告され、青年が被害や加害に関わるリスクも高くなっている。同時に、「SNS 疲れ」と呼ばれているような現実の人間関係との板挟みや、SNS でのコミュニケーションにストレスを感じる人も増えていることがうかがえる。

2. 従来のインターネット利用と精神的健康との関連に関する研究

こうしたSNSをはじめとするインターネット利用による精神的健康については、インターネット依存と呼ばれる問題が指摘されている。インターネット依存とは臨床心理学者である Young が、インターネット利用が及ぼす悪影響について、DSM-IV の診断基準になぞらえて検討した知見に基づいて提唱された概念である。具体的には、Young によれば「インターネットに過度に没入してしまい、コンピューターや携帯が使用できないと何らかの情緒的いらだちを感じる、また、実生活における人間関係を煩わしく感じたり、通常の対人関係や日常生活の心身状態に弊害が生じているにも関わらず、インターネットに精神的に嗜癖してしまったりする状態」と捉えられている。

総務省情報通信政策研究所 (2013) は、ヤングの測定手法に基づいて、日本の青少年を対象に調査を実施している。その結果、ネット依存的傾向が高い者は6.3%であり、ネット依存的傾向が中程度の者は37.5%であったが、大学生に限定するとネット依存的傾向が高い者が6.1%、中程度の者が45.0%であった。この傾向は高校生でも大学生と同様の知見が得られている。このように、現代の青年においてネット依存傾向は進行していると捉えることができる。

また、インターネット利用と精神的健康との関係について、Kraut et al (2002) は、外向的な人はインターネット利用が増えることで孤独感や否定的感情の減少や、自尊心やコミュニティ関与の増加がみられるが、内向的な人はインターネット利用が増えることで孤独感の増加やコミュニティ関与の減少がみられるという知見を提出した。この知見は、A rich get richer model と呼ばれている。藤・吉田 (2009) はウェブログとオンラインゲーム利用を対象に、インターネット上での行動内容が社会性・攻撃性に及ぼす影響を検討し、現実での居場所のなさがウェブログにおいては攻撃的言動・没入的関与・依存的関与を介して家族友人との積極的関与を抑制していた。オンラインゲームにおいては、インターネット上で所属感を感じているほど、現実生活での家族・友人との関与が促進されていた。藤・吉田 (2009) は、これらの結果が A rich get richer model の増幅的影響の可能性があると考察している。

このようにインターネット利用と精神的健康との関連については、依存的利用が精神的健康を悪化させることや、個人がもつ性格特性によってインターネット利用が及ぼす心理的影響が異なる可能性が指摘されている。また、藤・吉田 (2009) はインターネット上の行動内容に注目しているが、インターネット上の行動内容を自己表出と他者との関係、現実とのバランスと

いう枠組みから捉えようと試みていたため、測定内容が具体的な行動に絞られていなかったという課題がある。

3. インターネット上での自己表現に関する研究

ウェブサイトを持つ者の利用動機について、池田・柴内 (2000) は「情報呈示動機」「自己表現動機」「コミュニケーション動機」の3側面を明らかにしている。また、Web 日記の開始動機とその効用について分析した川浦・山下・川上 (1999) は、開始動機として、「自己表現動機」「手段的動機」「同調的動機」の3因子を抽出し、Web 日記を書く効用として「自己に向かう効用」と「関係に向かう効用」の2側面を明らかにしている。これらの指標と満足感や継続意向との分析の結果から、Web 日記は、自己開示の機能を見出すことが Web 日記を書き続ける動機となり、他者との相互作用としての自己開示機能が自分は読者に理解されているという満足感を媒介して日記の継続を促すことを明らかにしている。

三浦・松浦・北山 (2008) は、ブログ作成時の読者指向性を基としたクラスタ分析によって、指向性のパターンとして「不特定の他者」「自分」「自分と対面知己」「多様な他者」の4類型を明らかにしている。その上で、多くの作者が自分自身を対象の一つとしてブログを書いていること、不特定の他者を想定してブログを書いているものが少なく、多様な他者を想定しているもので不幸せ感情表出が低いこと、他者を指向しないブログでは読者とのコミュニケーションが活発でないことが示されている。

これらの先行研究からは、ウェブサイト、Web 日記、ブログとツールは異なっているが、インターネット上のツールを利用する動機としては、共通して、自己開示や自己表現による効用と、コミュニケーションや関係に向かう効用がみられ、他者を意識することがコミュニケーションを活発にすることが示されている。これらの知見を SNS に敷衍すると、SNS 利用者はインターネット上の他者を意識しつつ自己表現を行っている」と推定される。

4. 目的

従来のインターネットに関する社会心理学的研究では、インターネット空間の長所と短所が指摘され、インターネット上においては、他者を想定し自己表現することを動機として様々なサービスが利用されている。また、SNS に関しては危険な側面も有しているが、Twitter や LINE は大学生において身近かつ利用頻度の高い SNS として、現代の大学生に登録され、利用されていることがうかがえる。さらに SNS 利用時には、

大学生が他者を意識しながら自己表現を行っている可能性も指摘された。そこで本研究では、第1に、Twitter と LINE 利用時の具体的な行動に着目し、その構造を探索的に分析することを目的とする。その上で、第2に、Twitter および LINE 利用時の行動が、性格特性やインターネット利用時の意識や行動とどのように関連しているかを分析することを目的とする。

方 法

1. 調査手続き

個別自記入形式の質問紙調査が実施された。調査は、メディア教育開発センターが開発した REAS (リアルタイム評価支援システム) を用いて実施された。REAS とは、調査票の作成、公開、リアルタイムな集計閲覧を全て Web 上で行うアンケート調査システムのことである。回答は無記名で行われた。実施時間は約15分～20分であった。

調査への回答依頼は、研究協力者の Twitter や LINE のアカウント上で、知人に対し調査 URL を付した調査協力依頼のメッセージやツイートを行い、協力を求めた。なお、謝礼は提示していない。

2. 調査対象者と有効回答者

Twitter と LINE を利用している男女を調査対象とした。回答者は101名で性別の内訳は男性39名、女性62名であった。全回答者を有効回答者とした。

3. 調査時期

2013年9月中旬～10月上旬であった。

4. 分析項目

(1) Twitter 利用時の行動に関する項目・LINE 利用時の行動に関する項目

伊藤 (2014) が実施した SNS での対人行動や SNS のコミュニケーションの仕方に関する半構造化面接調査の結果をもとに作成した。Twitter と LINE で項目を対応づける形で46項目を作成した。なお、Twitter と LINE の行動に関する項目は、それぞれの SNS に合わせ、若干表現が異なる項目もある。項目内容を表1に示す。

(2) SNS の利用頻度

Twitter と LINE の4つの SNS の利用頻度について、「0. 四六時中」「1. 通知に気づいたとき」「2. 暇になったとき」「3. 一日に一回くらい」「4. 放置している」「5. 全く利用していない」から択一式で回答を求めた。

(3) インターネット上で知り合った友人数

回答者がインターネット上で知り合った友人が何人いるのかについて、直接数値法で回答を求めた。

(4) インターネット利用における現実とのバランスに関する項目

藤・吉田 (2009) のインターネット行動内容のうち、現実とのバランスを測定する11項目を用いた

(5) 個人特性

① Big Five 尺度短縮版 (並川・谷・脇田・熊谷・中根・野口, 2012) を用いた。

② 生活満足度

回答者の今の生活にどのくらい満足しているのかについてたずね、「1. 全く満足していない」「2. あまり満足していない」「3. どちらでもない」「4. まあ満足している」「5. とても満足している」の5件法で回答を求めた。

③ 人口統計学的変数

性別と年齢 (「18歳未満」「18～20歳」「21～24歳」「25歳以上」) をたずねた。

結 果³⁾

1. SNS 利用時の行動の構造

Twitter 利用時の行動に関する項目と、それらに対応させる形でたずねた LINE 利用時の行動に関する項目について、超行列データを作成し、46項目について主因子法・プロマックス回転による因子分析を行った。固有値の推移および解釈可能性から5因子解を採用し、複数の因子に絶対値.40以上の負荷を示した項目やどの因子にも高い負荷を示さなかった項目を除外し、最終的に36項目について因子分析を行った。因子分析の結果を表1に示す。

第1因子に高い負荷を示した16項目は、SNS が有している機能を積極的に利用している行動群と解釈し、「一般的積極利用」と命名した。第2因子に高い負荷を示した5項目は、自己呈示したり他者から自分が期待する反応を引き出そうとしたりする行動群と解釈し、「自己アピール」と命名した。第3因子に高い負荷を示した6項目は、SNS 上での他者からの反応を常に気にして即時に反応を返そうとする衝動による行動群と解釈し、「敏感即応」と命名した。第4因子に高い負荷を示した4項目は、SNS 上での対人的な摩擦を回避したり、他者からの挑発を無視したりする行動群と解釈し、「スルースキル」と命名した。第5因子に高い負荷を示した5項目は、SNS 上での自分の行動が他者から不快に思われないように配慮する行動群と解釈し、「表現法配慮」と命名した。

この因子分析結果をもとに、Twitter と LINE それぞれにおいて、解釈の方向に合わせ各因子に含まれた項目を単純加算し項目数で除した変数を作成し指標とした。

表1 SNS 利用時の行動の因子分析結果 (主因子法・プロマックス回転)

Twitter	LINE	F 1	F 2	F 3	F 4	F 5
写真や動画を添付してツイートをおこなう	写真や動画を投稿する	.869	-.036	-.200	-.038	.203
共通の趣味や話題についてツイートをおこなう	共通の趣味や話題について話す	.826	-.014	-.223	.000	.112
他人の意見に共感を示す	他人の意見に共感を示す	.778	-.068	-.080	.136	.137
TV や好きな芸能人についてツイートをおこなう	TV や好きな芸能人について投稿する	.711	.094	-.223	.130	-.098
自分の友人の名前を入れてツイートをおこなう	自分の友人の名前を入れて投稿する	.667	.122	-.053	.008	.015
質問を投げかけるようなツイートをおこなう	質問を投げかけるような投稿をする	.653	-.109	.230	-.057	-.055
真面目なツイートをおこなう	真面目なツイートをおこなう	.590	.151	-.067	-.097	-.040
相手が弱っているときに「大丈夫?」等のリプライをおこなう	相手が弱っているときに「大丈夫?」等の投稿をする	.583	.089	.036	.025	.037
時間帯関係なくやり取りをおこなう	時間帯関係なくやり取りをおこなう	.557	.083	.003	.070	-.022
直接会う予定を組む	直接会う予定を組む	.553	-.287	.172	-.025	-.056
自分の意見をはっきりとツイートする	自分の意見をはっきりとツイートする	.537	.084	-.057	-.105	.025
個人情報が含まれた内容をツイートする	個人情報が含まれた内容を投稿する	.527	-.092	.242	-.177	.022
リプライやダイレクトメッセージ等を利用して、自ら積極的に話しかける	自ら積極的に話しかける	.480	.113	.122	-.116	.072
くだらないやり取りをおこなう	くだらないやり取りをおこなう	.478	-.012	.195	.160	-.096
話題性のある内容のツイートをおこなう	話題性のある内容を投稿する	.477	.306	-.034	.095	-.130
泣き顔の顔文字を利用する	泣き顔の顔文字やスタンプを利用する	.449	-.103	.217	.169	-.099
意味深なツイートをおこなう	意味深なツイートをおこなう	.035	.687	-.065	-.105	.033
自分の日常が充実していることをアピールする	自分の日常が充実していることをアピールする	.143	.645	-.069	-.061	.091
忙しいということをアピールする	忙しいということをアピールする	-.091	.627	.157	.107	.050
体調が悪いことをアピールする	体調が悪いことをアピールする	.098	.608	.132	-.030	.023
暇であることをアピールをする	暇であることをアピールをする	.244	.504	.076	-.003	-.258
早く返信しなければならない衝動に駆られる	早く返信しなければならない衝動に駆られる	-.026	.003	.743	.066	.219
リプライがきたかどうか常に確認する	既読がついたかどうかを常に確認する	-.202	.271	.673	.183	.007
Twitter の通知が多いとイライラする	LINE の通知が多いとイライラする	-.178	-.017	.542	-.023	.065
悩み相談をする	悩み相談をする	.235	-.111	.532	-.001	-.224
返信を素早くおこなう	返信を素早く行う	.104	.074	.518	-.066	.258
相手の意見が間違ったものであれば反論する	相手の意見が間違ったものであれば反論する	.226	.013	.410	-.228	-.081
不快なツイートを見ても、何事もなかったように別の話題をツイートする	不快な投稿を見ても、何事もなかったように別の話題を投稿する	.002	-.018	-.040	.856	-.003
不快なツイートを見たら見て見ぬふりをする	不快な投稿を見たら見て見ぬふりをする	.028	-.007	-.060	.836	.032
批判や意見が分かれるようなツイートをしない	批判や意見が分かれるような投稿をしない	.064	-.097	.095	.550	.035
どのようなツイートがあっても気にしない	どのようなツイートがあっても気にしない	-.043	.020	.053	.524	.008
連続投稿を避ける	連続投稿を避ける	-.006	.050	.064	-.089	.764
長文にならないようにする	長文にならないようにする	.001	.054	.127	-.053	.594
いつもテンションが高いように心がけている	いつもテンションが高いように心がけている	.145	-.019	.200	.082	.463
本音をツイートをしない	本音を投稿しない	-.071	.106	.013	.195	.457
言葉づかいや表現に注意しながらツイートをおこなう	言葉づかいや表現に注意しながら投稿する	.166	-.121	.054	.159	.379
【因子間相関】		F 1	.33	.51	.18	-.21
		F 2		.18	.27	.10
		F 3			.02	-.26
		F 4				.25

表2 SNSの種類別にみた利用時の行動

	Twitter			LINE		<i>t</i> 値	(df)	
	<i>N</i>	<i>M</i>	(<i>SD</i>)	<i>M</i>	(<i>SD</i>)			
一般的積極利用	101	3.27	(0.86)	3.48	(0.91)	-2.53	(100)	**
自己アピール	101	2.52	(0.90)	2.03	(0.86)	5.20	(100)	**
敏感即応	101	2.22	(0.78)	3.04	(0.88)	-9.84	(100)	**
スルースキル	101	3.39	(0.98)	2.89	(1.04)	4.59	(100)	**
表現法配慮	101	2.84	(0.78)	2.48	(0.73)	4.43	(100)	**

注： $p<.01^{**}$

表3 性別にみた SNS 利用時の行動

		<i>N</i>	<i>M</i>	(<i>SD</i>)	<i>t</i> 値	(df)	
Twitter 一般的積極利用	男	39	3.01	(.68)	-2.60	(96)	**
	女	62	3.43	(.93)			
Twitter 自己アピール	男	39	2.50	(.87)	-0.14	(99)	
	女	62	2.53	(.92)			
Twitter 敏感即応	男	39	2.32	(.85)	0.94	(99)	
	女	62	2.17	(.73)			
Twitter スルースキル	男	39	3.10	(.92)	-2.47	(99)	**
	女	62	3.58	(.98)			
Twitter 表現法配慮	男	39	2.91	(.79)	0.77	(99)	
	女	62	2.79	(.77)			
LINE 一般的積極利用	男	39	3.16	(.89)	-2.94	(99)	**
	女	62	3.68	(.86)			
LINE 自己アピール	男	39	2.21	(.95)	1.60	(99)	
	女	62	1.93	(.79)			
LINE 敏感即応	男	39	2.97	(1.01)	-0.64	(99)	
	女	62	3.09	(.79)			
LINE スルースキル	男	39	2.78	(1.04)	-0.86	(99)	
	女	62	2.96	(1.04)			
LINE 表現法配慮	男	39	2.63	(.73)	1.64	(99)	
	女	62	2.38	(.72)			

注： $p<.05^*$, $p<.01^{**}$

2. Twitter と LINE における SNS 利用時の行動

Twitter と LINE におけるそれぞれの SNS 利用時の行動指標の平均値みると（表2）、理論的中間点は3であるので、Twitter、LINE ともに、一般的積極利用得点が高かった。また、理論的中間点が3を超えていた指標は、Twitter のスルースキル得点と、LINE の敏感即応得点であった。したがって、現在の青年は Twitter においては相手の書き込みをスルーする（無視する）スキルを有していると同時に、LINE では相手の書き込みに敏感に反応していることがうかがえる。

Twitter 利用時の行動に関する5指標、および、LINE 利用時の行動に関する5指標について、対応のある平均値の差の検定を行った。その結果、5指標すべてで統計的に有意な差が見られ、LINE が Twitter よりも

一般的利用得点と敏感即応得点が高かった。Twitter が LINE よりも自己アピール得点、スルースキル得点、表現法配慮得点が高かった。

3. 性別にみた SNS 利用時の行動

性別に、Twitter と LINE の SNS 利用時の行動の平均値の差の検定を行った。その結果、Twitter 一般的積極利用、Twitter スルースキル、LINE 積極の利用で有意な差がみられた（表3）。いずれも女性のほうが男性よりも、Twitter 一般的積極利用、Twitter スルースキル、LINE 積極の利用のそれぞれが高かった。

4. 尺度構成

Big Five 尺度短縮版については、並川ら（2012）に

おける各因子に含まれる項目に対し、それぞれ主成分分析を行い一次元性の確認を行った。その結果、誠実性因子において、「几帳面な」「計画性のある」の2項目が第1主成分に絶対値.40未満の低い負荷を示したため、この2項目を除外し5項目で誠実性因子とした。その他の因子は、いずれも一次元性が確認されたため、主成分負荷量の方向に合わせ単純加算し指標とした。Cronbachの α 係数は、外向性.80、誠実性のなさ.80、情緒不安定性.80、開放性.77、調和性のなさ.75であった。

インターネット利用における現実とのバランスについては、藤・吉田(2009)の各因子に含まれる項目に対し、それぞれ主成分分析を行い一次元性の確認を行った。その結果、いずれの因子も第1因子に高い負荷を示し一次元性が確認されたため、単純加算し指標とした。Cronbachの α 係数は、没入的関与.86、依存的関与.83、非日常的関与.80であった。

5. SNS利用時の行動に関する類型化

5.1. SNS利用時の行動指標を用いたクラスタ分析

SNS利用時の行動に関する10指標に対して、大規模ファイルのクラスタ分析を行い、ユークリッド距離を用いて3クラスタに分類した⁴⁾。その結果、第1クラスタに46名、第2クラスタに43名、第3クラスタに12名が分類された。3つのクラスタを独立変数、SNS利用時の行動に関する指標を従属変数とした平均値の差の検定を行ったところ、いずれの従属変数に対しても5%水準で有意な差がみられた(図1)。第1クラスタは、TwitterおよびLINEともに利用頻度が高く、Twitter、LINEともに自己アピールをし、他者の反応に敏感に

即応している様子がうかがえる。そのため、「SNSに対するヘビーコミット群」と解釈することができる。第2クラスタは、他のクラスタに比べ、Twitter、LINEともにスルースキルと表現法配慮が高いことが特徴的なクラスタである。そのため、「SNSにおける関係配慮群」と解釈することができる。第3クラスタは、大半の指標が他のクラスタより低いことが特徴的である。SNSに登録し利用しているが、自らあまり発信せず、他者の書き込みもあまり気にしない群である。そのため、「SNSに対する義理登録群」と解釈することができる。

5.2. SNS利用時の行動の類型別にみた個人特性

SNS利用時の行動に関する3クラスタを独立変数、Big Fiveの5指標を従属変数とする平均値の差の検定を行った(図2)。その結果、誠実性のなさと情緒不安定性において5%水準で有意な差がみられ、調和性のなさにおいて10%水準で有意傾向がみられた。Tukey法による多重比較の結果、第3クラスタ(義理登録群)が第1クラスタ(ヘビーコミット群)よりも誠実性が高く、第1クラスタ(ヘビーコミット群)が第2クラスタ(関係配慮群)よりも情緒不安定性が高かった。第2クラスタ(関係配慮群)が第3クラスタ(義理登録群)よりも調和性が高い傾向がみられた。

また、SNS利用時の行動に関する3クラスタを独立変数、FTFにおける友人数と生活満足度を従属変数とする平均値の差の検定を行った(図3)。その結果、5%水準で有意な差はみられなかった。

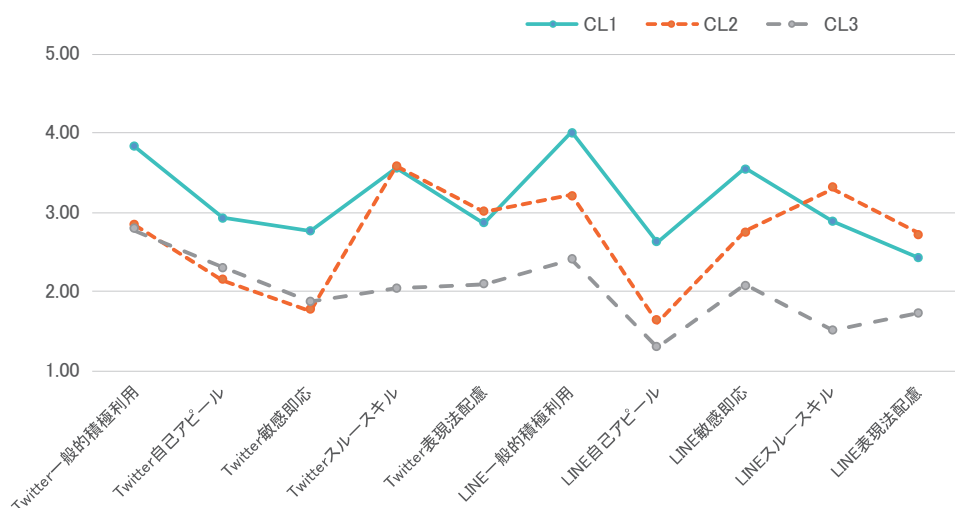


図1 クラスタ別にみたSNS利用時の行動

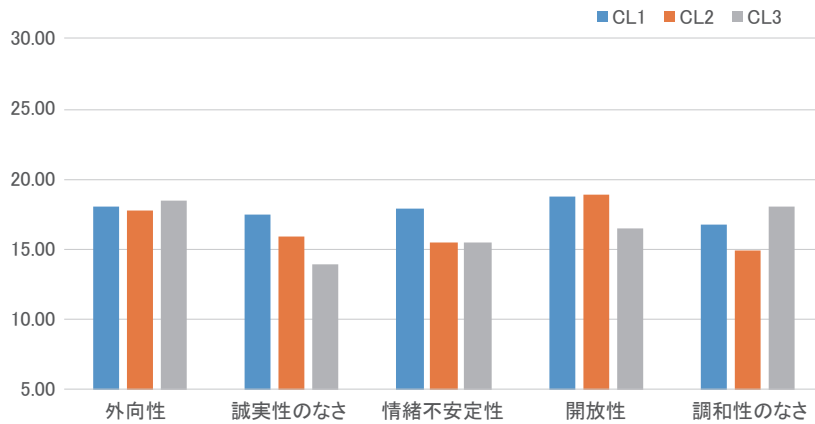


図2 クラスタ別みた Big Five 尺度

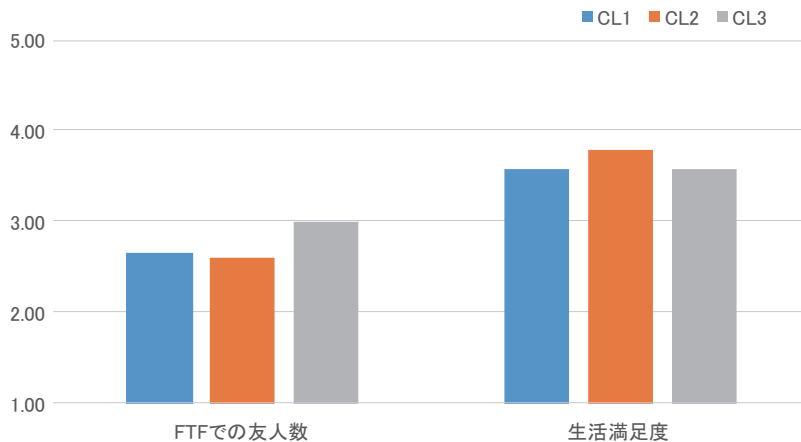


図3 クラスタ別みた FTF での友人数と生活満足度

5.3 SNS 利用時の行動の類型別にみたインターネット利用

SNS 利用時の行動に関する 3 クラスタを独立変数、LINE と Twitter の利用頻度を従属変数とする平均値の差の検定を行った（図 4）。その結果、Twitter の利用頻度のみに有意な差がみられ、Tukey 法による多重比較の結果、第 1 クラスタ（ヘビーコミット群）が第 2・第 3 クラスタ（関係配慮群・義理登録群）よりも Twitter の利用頻度が高かった。

SNS 利用時の行動に関する 3 クラスタを独立変数、インターネットで知り合った友人数を従属変数とする平均値の差の検定を行った。その結果、10%水準で有意傾向がみられたが、Tukey 法による多重比較の結果、クラスタ間で有意な差はみられなかった。

また、SNS 利用時の行動に関する 3 クラスタを独立

変数、インターネット利用における現実とのバランスに関する 3 指標を従属変数とする平均値の差の検定を行った（図 5）。その結果、いずれも 5 %水準で有意な差がみられ、Tukey 法による多重比較の結果、第 1 クラスタ（ヘビーコミット群）が第 2・第 3 クラスタ（関係配慮群・義理登録群）よりも依存的関与と没入的関与が高く、第 1 クラスタ（ヘビーコミット群）が第 3 クラスタ（義理登録群）よりも非日常的関与が高かった。

6. 個人特性と SNS 利用時の行動がインターネット利用に与える影響

本研究で用いた指標間の関連を検討するため、変数を次の 3 水準に整理した。第 1 水準は、Big Five の 5 尺度と SNS 利用頻度の 2 指標、FTF での友人数と生

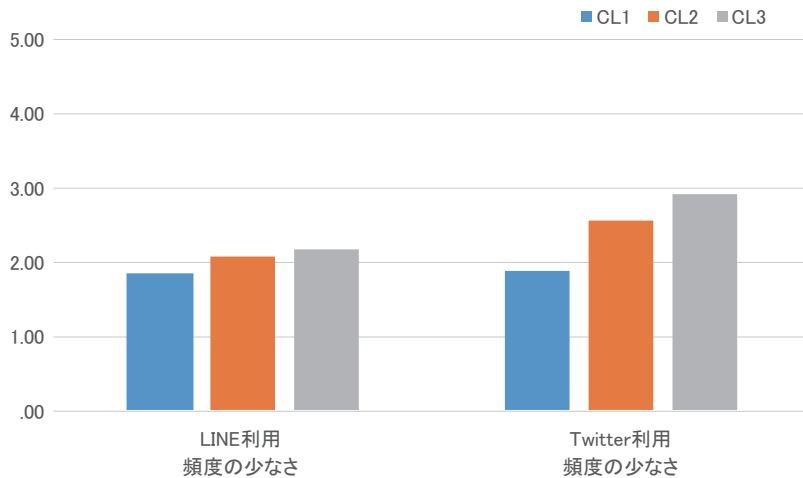


図4 クラスタ別にみた SNS 利用

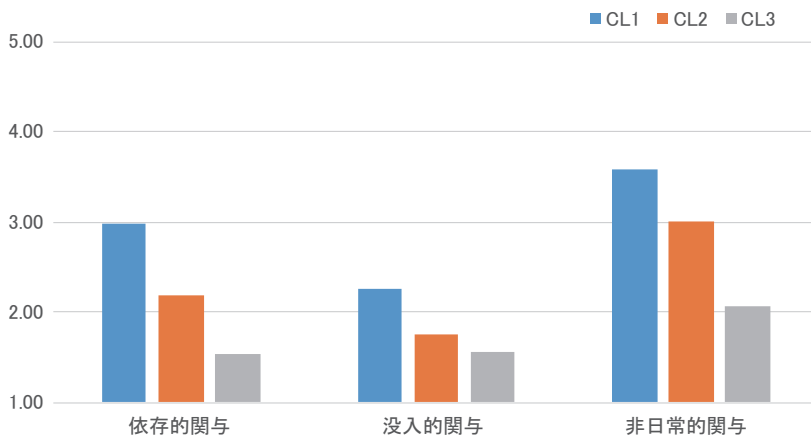


図5 クラスタ別にみたインターネット利用における現実とのバランス

活満足度とした。第2水準は、SNS 利用時の行動に関する10指標であった。第3水準は、インターネット利用における現実とのバランスに関する3指標とインターネット上で知り合った友人数とした。解析は、第3水準の変数を基準変数として、第1・第2水準の変数を説明変数とする変数増加法による重回帰分析と、第2水準の変数を基準変数として、第1水準の変数を説明変数とする変数増加法による重回帰分析を行った。いずれも偏回帰係数の有意水準5%基準で投入を打ち切った。解析の結果を表4に示す。

第1水準の変数のうち、直接第3水準の変数に影響を与えていたものは、外向性と誠実性のなさであり、外向性が高いほど、依存的関与・没入的関与・非日常

的関与が抑制され、インターネットで知り合った友人数が多かった。また、誠実性が低いほど、インターネットで知り合った友人数が多かった。

第1水準の変数が第2水準の変数を媒介し、第3水準の変数に影響を与えていたものは、Twitter 一般的積極利用、Twitter 敏感即応、Twitter スルースキル、LINE 一般的積極利用であった。Twitter 利用頻度が多かったり誠実性が低かったりするほど、Twitter 一般的積極利用が高くなり、その結果として依存的関与と没入的関与が高くなっていった。Twitter 利用頻度が多かったり誠実性が低かったり調和性が高かったりするほど、Twitter スルースキルが高くなり、その結果として依存的関与と没入的関与が高くなっていった。情緒

表 4 個人特性と SNS 利用時の行動がインターネット利用に与える影響

	従属変数: 第 3 水準				従属変数: 第 2 水準									
	依存的関与	没入的関与	非日常的関与	インターネット で知り合った 友人数	Twitter 一般的 積極利用	Twitter 自己アピール	Twitter 敏感即応	Twitter スルースキル	Twitter 表現法配慮	LINE 一般的 積極利用	LINE 自己アピール	LINE 敏感即応	LINE スルースキル	LINE 表現法配慮
第 1 水準	外向性	-.212 *	-.221 *	-.235 *	.221 *	-.199 *				-.208 *	.388 **		-.204 *	
	誠実性のなさ				.189 *	.215 *		.226 *				.285 **	.249 *	
	開放性					.274 **								
	調和性のなさ							-.367 **	-.257 **					
	情緒不安定性						.248 **			.308 **		.325 **		
	FTF での友人数													
	生活満足度													
第 2 水準	LINE 利用頻度の少なさ									-.281 **	-.218 *	-.390 **		
	Twitter 利用頻度の少なさ					-.563 **	-.354 **	-.274 **	-.398 **	-.241 **				
	Twitter 一般的積極利用	.425 **	.274 **			-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Twitter 自己アピール					-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Twitter 敏感即応				-.229 *	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Twitter スルースキル	.207 *	.215 *			-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Twitter 表現法配慮					-	-	-	-	-	-	-	-	-
第 3 水準	LINE 一般的積極利用			.485 **		-	-	-	-	-	-	-	-	-
	LINE 自己アピール					-	-	-	-	-	-	-	-	-
	LINE 敏感即応					-	-	-	-	-	-	-	-	-
	LINE スルースキル					-	-	-	-	-	-	-	-	-
	LINE 表現法配慮					-	-	-	-	-	-	-	-	-
	R 2	.295	.174 **	.197 **	.113 **	.328 **	.192 **	.132 **	.275 **	.079 **	.336 **	.241 **	.079 **	n.s.

注： $p < .05^*, p < .01^{**}$

不安定性が高いほど、Twitter 敏感即応が高くなり、その結果インターネット上で知り合った友人数が少なくなっていた。外交性や情緒不安定性が高かったり、LINE と Twitter の利用頻度が高かったりするほど、LINE 一般的積極利用が高くなり、その結果として、非日常的関与が高くなっていた。

第1水準の変数が第2水準の変数のみに影響を与えていた結果をみると、外向性が低く開放性が高く、Twitter 利用頻度が高いほど Twitter 自己アピールが高かった。外向性が低く調和性が高いほど Twitter 表現法配慮が高かった。また、LINE 利用頻度が高いほど LINE 自己アピールが高く、LINE 利用頻度が高く調和性と情緒不安定性が高いほど、LINE 敏感即応が高かった。外向性が低く誠実性が低いほど LINE スルースキルが高かった。

考 察

1. SNS 利用時の行動の構造

本研究の第1の目的は、SNS 利用時の行動の構造を明らかにすることであった。因子分析の結果、「一般的積極利用」「自己アピール」「敏感即応」「スルースキル」「表現法配慮」の5因子が抽出された。各因子の意味を解釈すると、SNS の多様な利用行動を表す「一般的積極利用」、SNS における対人関係を円滑に進めるために自分の行動をコントロールする「スルースキル」と「表現法配慮」、自分の衝動や動機によって SNS で行動する「敏感即応」と「自己アピール」という3つの側面に整理することができる。各因子に含まれている意味内容と先行研究とを照合すると、「自己アピール」は従来の動機研究における自己表現や自己開示と対応していると考えられ、「敏感即応」はインターネット依存として議論される側面を含んでいると解釈される。「スルースキル」と「表現法配慮」は、SNS 利用において他者を想定し意識していることの具体的な表れであると考えられる。

また、男性より女性の方が SNS の「一般的積極利用」が多いことが明らかとなった。SNS の種類別に利用時の行動を比較したところ、LINE が Twitter よりも一般的利用得点と敏感即応得点が高く、Twitter が LINE よりも自己アピール得点、スルースキル得点、表現法配慮得点が高かった。これらの結果から、LINE は現代の大学生に一般的に利用されており、即時性のある SNS と捉えられていると解釈できる。他方、Twitter は表現に配慮したり、無視したり、自己表現をしたりと LINE に比して即時性が低く、自己呈示型の SNS と捉えることができる。

SNS 利用時の行動をもとに、SNS 利用の類型化を行ったところ、「ヘビーコミット群」「関係配慮群」「義

理登録群」の3つのクラスタに分類された。このうち、「ヘビーコミット群」については、従来の SNS に関する言説やインターネットに関する研究の中で検討されている群、すなわち、インターネット依存として議論される層と対応していると考えられるが、SNS における「関係配慮群」や「義理登録群」の存在については、「SNS 疲れ」といった言説はあるが、SNS に関する心理学的研究においては実証的な分析が行われてこなかった側面であり、本研究において SNS 利用時の行動を類型化するアプローチを採用したことによって新たに実証された点であると考えられる。

2. SNS 利用時の行動と性格特性やインターネット利用との関連

本研究の第2の目的は、Twitter および LINE 利用時の行動が、性格特性やインターネット利用時の意識や行動とどのように関わるかを分析することであった。3つのクラスタによって性格特性やインターネット利用時の意識や行動がどのように異なるかを分析した結果、クラスタ間で FTF での友人数や生活満足度に違いは見られなかったが、「ヘビーコミット群」において、依存的関与・没入的関与・非日常的関与が高く、インターネットと現実とのバランスが取れておらず、情緒不安定性が高かった。これらの結果は、「ヘビーコミット群」は現時点において、日常生活への障害は見られないが、何かのインターネット上でのトラブルや出来事をきっかけとして、インターネットと現実とのバランスを崩す可能性を有していることが示唆される。また、「ヘビーコミット群」の特徴は、藤・吉田 (2009) における「没入的関与・依存的関与を介して家族友人との積極的関与を抑制する」という知見と類似した結果となっていると考えられる。

重回帰分析の繰り返しによるパス解析の結果をみると、Twitter に利用頻度の多さと誠実性の低さが、Twitter における一般的積極利用やスルースキルの高さを媒介して、インターネットと現実とのバランスを崩すことを促進していた。情緒不安定性の高さは、Twitter の敏感即応や LINE の一般的積極利用を媒介し、インターネットと現実とのバランスを崩すことを促進していた。これらの結果をまとめると、誠実性の低い者がセルフコントロールや責任感のない SNS 利用行動をとることによって SNS にはまり現実とのバランスを崩していくプロセスと、情緒不安定性の高い者が SNS 上での反応や刺激に敏感となり現実とのバランスを崩していくプロセスがあると考えられる。

3. 本研究の限界と今後の課題

本研究では、具体的な SNS 利用行動を通して、その

心理的影響や対人関係特性について検討を行った。結論として、インターネット依存や現実とのバランスを崩す可能性を持つ「ヘビーコミット群」の存在や、他者との関係に配慮しながら SNS を利用している「関係配慮群」、SNS に登録はしているものの表面的利用にとどめている「義理登録群」の 3 つの類型を抽出した。また、性格特性の観点では、情緒不安定性の高い者が SNS において現実とのバランスを崩す可能性と、誠実性の低い者がセルフコントロールできずに現実とのバランスを崩す可能性を見出した。

ただし、本研究には以下の限界点がある。第 1 は LINE 利用時の行動に関する項目に一部ツイートという語が含まれていた点である。この点は以後訂正と再検討が必要である。第 2 に、本研究が 1 回の横断的検討による知見にとどまっており、各類型が安定的に抽出されるかどうかの一般性に課題を残している点である。この点については、今後、類似の調査研究を実施し、データを蓄積していく必要がある。第 3 は、精神的健康指標と SNS 利用との関係を直接的に検討していない点である。本研究では、インターネット利用における現実とのバランスに関する指標をもとに間接的に精神的健康状態を推測したが、今後は直接的に検討を行うことが必要である。この検討によって、各類型に属する者の精神的健康状態が明らかとなり、本研究で得られた知見の応用可能性が高まると期待される。

引用文献

- 藤 桂・吉田富二雄 (2009). インターネット上での行動内容が社会性・攻撃性に及ぼす影響: ウェブログ・オンラインゲームの検討より 社会心理学研究, 25, 121-132.
- 池田謙一・柴内康文 (2000). 電子メディアにおける“受動的”情報発信のコミュニケーション論的意味づけ: WWW 上のホームページ所有者の実証調査 1998 年度大川情報通信基金研究助成報告書
- 伊藤綾花 (2014). FTF と SNS における振る舞い方が親密化に及ぼす影響 2013 年度立正大学心理学部卒業論文 (未公開)
- 川浦康至・山下清美・川上善郎 (1999). 人はなぜウェブ日記を書き続けるのか: コンピュータ・ネットワークにおける自己表現 社会心理学研究, 14, 133-143.
- 三浦麻子・松村真宏・北山 聡 (2008). ブログにおける作者の指向性と内容・コミュニケーションとの関連 心理学研究, 79, 446-452.
- 並川 努・谷 伊織・脇田貴文・熊谷龍一・中根 愛・野口裕之 (2012). Big Five 尺度短縮版の開発と信頼性と妥当性の検討 心理学研究, 83, 91-99.
- 総務省 (2013). SNS (ソーシャルネットワーキングサービス) の仕組み <http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/security/basic/service/07.html> (2015 年 11 月 2 日閲覧)
- 総務省 (2014). 情報通信白書
- 総務省 (2015). インターネットトラブル事例集 (平成 27 年度版) <http://www.soumu.go.jp/main_content/000378151.pdf> (2015 年 11 月 2 日閲覧)
- 総務省情報通信政策研究所 (2013). 青少年のインターネット利用と依存傾向に関する調査調査結果報告書 <<http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2013/internet-addiction.pdf>> (2015 年 11 月 2 日閲覧)
- 総務省情報通信政策研究所 (2015). 平成 26 年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 <http://www.soumu.go.jp/main_content/000357570.pdf> (2015 年 11 月 2 日閲覧)
- Young, K. (1998). Caught in the net: how to recognize the signs of Internet addiction and a winning strategy for recovery. John & Wiley & Sons: (小田嶋由美子訳 インターネット中毒: まじめな警告です 毎日新聞社)

注

- 1) 本論文は、2011～2013 年度立正大学心理学研究所グループ研究 (近年の若者の対人関係の社会心理学的研究: 代表川名好裕) の一環として、第 1 著者がインターネットに関する部分について担当し実施した研究成果である。また、本論文は第 2 著者が第 1 著者の指導のもと提出した 2013 年度立正大学心理学部臨床心理学科卒業論文の中に含まれるデータの一部を、第 1 著者の研究関心のもと、第 2 著者の許可を得て第 1 著者が再解析したものである。本調査は、第 1 著者の関心に関する項目と、第 2 著者の関心による項目から構成され、本論文は主に前者を中心に報告するものである。
- 2) Twitter は SNS ではないという指摘もあるが、本研究では Twitter を SNS の一種と捉えて検討を進めていく。
- 3) SNS の利用頻度については、Twitter が「四六時中 (41.0)」「通知に気づいたとき (11.0)」「暇になったとき (39.0)」「一日に一回くらい (3.0)」「放置している (3.0)」「全く利用していない (4.0)」であった。LINE が「四六時中 (19.0)」「通知に気づいたとき (69.0)」「暇になったとき (10.0)」「一日に一回くらい (2.0)」「放置している (1.0)」「全く利用していない (0.0)」であった。Twitter について 1 日 1 回以上利用している者が 93%、LINE について 1 日 1 回以上利用している者が 99% であり、両 SNS が大学生

の中で通常のコミュニケーションツールとなっている
様子が見えてくる。

クラスタに含まれる度数が低いクラスタが複数存在
したため、解釈可能性から3クラスタを採用した。

4) 同様の手法で、4クラスタへの分類を試みたが、

要 約

大学生が利用している主要なSNSであるTwitterとLINEを利用する際の行動の構造を分析することと、それらの行動と性格特性やインターネット利用時の意識との関連を分析することを目的として、青年101名に質問紙調査が実施された。その結果、SNS利用行動として「一般的積極利用」「自己アピール」「敏感即応」「スルースキル」「表現法配慮」の5因子が抽出された。また、これらの行動尺度に基づき、クラスタ分析を実施した結果、3類型が抽出された。「ヘビーコミット群」は、依存的関与・没入的関与・非日常的関与が高く、インターネットと現実とのバランスが取れておらず、情緒不安定性が高かった。「関係配慮群」は、TwitterとLINEの両方で、スルースキルと表現法配慮が高かった。「義理登録群」は他のクラスタよりほとんどの行動指標で低い値を示した。これらの知見から、SNS利用における青年の対人関係特性が議論された。

キーワード：Social Networking System、クラスタ分析、ビッグファイブ、SNS利用行動